

Politische Umfragen in Rußland: Erfahrungsbericht einer methodologischen Exkursion

Gehmacher, Ernst

Veröffentlichungsversion / Published Version
Zeitschriftenartikel / journal article

Zur Verfügung gestellt in Kooperation mit / provided in cooperation with:
GESIS - Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Gehmacher, E. (1994). Politische Umfragen in Rußland: Erfahrungsbericht einer methodologischen Exkursion. ZA-Information / Zentralarchiv für Empirische Sozialforschung, 35, 62-71. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-201245>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under Deposit Licence (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.

Politische Umfragen in Rußland

Erfahrungsbericht einer methodologischen Exkursion

von Ernst Gehmacher¹

Zusammenfassung

Repräsentative Umfragen westlichen Stils sind in Rußland Neuland für die dortige Sozialforschung. Wie steht es zur Zeit um die Qualität der Stichprobenziehung, der Interviewer- und der Meßgenauigkeit? Der Autor berichtet aufgrund persönlicher Erfahrungen bei der Durchführung einer repräsentativen Umfrage in Rußland.

Abstract

Western-style surveys are new ground to be broken for Russian social research. Topics of special interest are for instance the sampling procedures, the quality of interviewers, and the reliability of measurement. The author reports from his personal experience during a representative survey in Russia.

Ende März bis Anfang April dieses Jahres (1994) bot mir die **Paul Lazarsfeld**-Gesellschaft, anläßlich einer großen soziologisch und politologisch ausgerichteten Umfrage in ganz Rußland (mit mehr als 3500 Interviews von über einer Stunde Dauer), die Gelegenheit, mir selbst ein Bild von den Möglichkeiten und Schwierigkeiten der politischen Umfrageforschung in Rußland zu machen. Es wäre vermessen, nach nicht viel mehr als einer Woche in Rußland mit einer beobachtenden Teilnahme bei achtzehn Interviews eines einzigen Projekts sowie einem Dutzend Kollegen-Kontakten den Anspruch auf eine objektive Evaluierung zu erheben. Doch dürfte es auch wenige westliche Experten mit so intimer Kenntnis der eigenen Umfrageforschung geben, die mit hinreichenden Russisch-Kenntnissen selbst Interviewer bei ihrer Arbeit im Herzen Rußlands beobachten konnten - in Moskau wie in anderen russischen Städten (Nishnij Nowgorod und Jaroslawl) und auf dem Lande. Die Beobachtungspunkte und die Typen der Zielpersonen waren auch von mir selbst ausgewählt. Es scheint mir daher schon möglich, einige Schlüsse zu ziehen, die allgemein gelten können und auch Hinweise für die künftige Zusammenarbeit mit der russischen Sozialforschung geben können.

¹ Prof. Dipl.-Ing. **Ernst Gehmacher** ist wissenschaftlicher Leiter des IFES (Institut für empirische Sozialforschung) in Wien und Lektor an der TU Wien sowie der Universität Wien.

Es muß aber, gerade in Anbetracht der umstrittenen Qualität von Umfragen auch bei uns, ausdrücklich gesagt werden, daß hier von mündlichen Befragungen mit soziologisch-politologischen Themen die Rede ist. Marktforschung folgt anderen Regeln und richtet sich heute in Rußland ohnedies fast ausschließlich an jene kaufkräftige Minderheit, die derzeit schon am Konsumgütermarkt teilnimmt - die Mehrheit der Russen lebt de facto noch nicht in der modernen Marktwirtschaft, sondern in einer Knappheitswirtschaft, die durch die preisgestützte Beistellung der Basisversorgung (Wohnen, Heizung, Grundnahrungsmittel und Medizin) sowie durch eine informelle "zweite Ökonomie" (Selbstversorgung, Pfusch, Schwarzmarkt) gekennzeichnet ist. Die neueren Ansätze, im Zeichen der "Glasnost" auch Meinungen der politisch interessierten Bürger zu erheben, waren bisher vorwiegend auf Telefon-Umfragen oder auf begrenzte Populationen beschränkt - und schlossen damit die Mehrheit der Bevölkerung von vornherein aus, was sich allerdings mit dem Argument rechtfertigen läßt, daß die Mehrheit der Nicht-Telefon-Besitzer auch nicht sehr viel an eigener politischer Meinung hat. Für eine aktuelle Orientierung kann das durchaus genügen. Und auch im Westen dürfen viele veröffentlichte Umfragen nicht viel mehr an Aussagekraft beanspruchen. Daneben existiert aber nun in den westlichen Demokratien seit mehr als einem halben Jahrhundert eine sozialwissenschaftliche Umfrageforschung - teils in Verbindung mit Universitäten, teils außeruniversitär -, die ihre Qualität auf folgenden Prinzipien gründet: repräsentative Stichproben der Population, objektivierte bias-freie ("unverzerrte") Relation zwischen Interviewer und Respondenten, hohe (und womöglich kontrollierte) Meßqualität der Fragen- und Antworten-Kategorisierung.

Das Niveau von Umfragestudien ist auch im Westen unterschiedlich. Doch haben sich für die sozialwissenschaftliche Arbeit gewisse Standard-Kriterien etabliert, die vom Durchschnitt der Umfrageforschung auch eingehalten werden. Von den postulierten Idealen sind sie zwar noch weit entfernt, und Fortschritte lassen sich in der Umfrageforschung noch erwarten. Aber nur diese gängigen Standards möchte ich als Maßstab anlegen an die Eindrücke, die ich in Rußland gewonnen habe.

1. Stichprobenqualität

In Rußland erscheinen derzeit gezielte Hausbesuche nach Adressenvorgaben (also rigorose Random-Stichproben) für das gesamte Land nicht praktikabel. Weder steht dafür das Adressenmaterial zur Verfügung, noch haben die Interviewer Autos oder einen hinreichend effizienten öffentlichen Verkehr, um etwas abgelegene Adressen aufzusuchen - geschweige denn flexible Wiederholungsbesuche bei Nicht-Antreffen.

Es muß daher mit Quotenvorgaben gearbeitet werden, was ja auch für einen Großteil sozialwissenschaftlicher Umfragen in den USA und für einen Teil der europäischen Erhebungen

gilt. Wiewohl sich nur mit sorgfältigen, also aufwendigen, Adressen-Random-Samples Spitzenqualität erreichen läßt, entsprechen gute Quotenstichproben dem erwähnten Standard.

Gut sind Quotenstichproben dann, wenn die regionale Streuung repräsentativ ist, also das Untersuchungsgebiet gebietsmäßig wie sozial abdeckt und die Interviewer sich - innerhalb der vorgegebenen Quoten - nicht allzu bequeme Respondenten aussuchen. Unter dem Standardniveau liegen Umfragen, bei denen die Interviewer zum beachtlichen Teil in ihrem engeren sozialen Bezugskreis oder vorwiegend auf der Straße befragen. Gute Quotenstichproben entstehen, wenn den Interviewern sorgsam ausgewählte kleinere Erhebungsgebiete mit schwierigen Quoten (unter Kontrolle) abverlangt werden, so daß sie sich bemühen müssen, passende Respondenten zu suchen und dann auch zum Interview zu überreden. Wir wollen auf die üblicherweise zur Beurteilung der Stichprobengüte herangezogenen Kriterien kurz eingehen:

- regionale und soziale Streuung,
- Umfang der Respondenten-Vorgabe pro Befragungs-Ort ("Clustering" der "Sample-Points"),
- Auswahl-Bias sozial: Ausfall bestimmter Lebenslagen (z.B. Arbeitslose, Kinderreiche) oder Lebensmuster (z.B. Ausgehefreudige, Pendler),
- Auswahl-Bias psychologisch: Ausfall schwerer Ansprechbarer (Gehemmte, Introvertierte, Ängstliche).

In ganz Rußland eine regional adäquate Streuung zu erreichen, ist erst einmal überhaupt nur jenen wenigen Umfrage-Unternehmen möglich, die in diesem riesigen Staat in allen Regionen über geschulte "Gebietsleiter" mit einigem unternehmerischen Geschick verfügen. Ein solcher Apparat an regional weit gestreuten "Gebietsleitern" liegt derzeit nur in Gestalt ausgebildeter Soziologen vor, die schon seit jeher im kommunistischen Regime "amtliche" Umfragen organisiert haben - allerdings kaum politologischer Natur, sondern eher im Bereich der Betriebssoziologie oder für die Stadt- und Raumplanung. Da es in allen größeren Zentren Rußlands, an den Universitäten und in den Verwaltungen ausgebildete Soziologen gibt, können jene Umfrage-Organisatoren, die aus dem akademischen Milieu kommen und Zugang zu diesen Kollegen haben, recht gut über ganz Rußland verteilte Ausgangspunkte für eine flächendeckende Streuung der Stichprobe erzielen. Darin stehen sie den Umfrage-Organisationen im Westen nicht nach. Der Versand der Fragebögen über die großen Distanzen mag teilweise durch Unzulänglichkeiten der Post Schwierigkeiten machen, doch mit etwas Geduld, woran es in Rußland nicht fehlt, und Geld, das bei vom Westen finanzierten Projekten da ist, läßt sich das reparieren.

Die repräsentative Flächendeckung im Kleinregionalen hingegen erreicht in Rußland nicht den westlichen Standard. Um auch entlegene Punkte in einem Gebiet von den Zentren aus zu erreichen, fehlt es den Interviewern an Verkehrsmitteln. Interviewer haben in der

Regel kein eigenes Auto. Außerhalb der großen Zentren ist der private PKW-Besitz gering, nach russischen Angaben nur bei 3 bis 4 Prozent der Haushalte - und das in einer sozialen Schicht, die selten die Interviewer einschließt. (Die Bemerkung eines interviewten Spitzenfacharbeiters - eine vormals privilegierte Kategorie - auf die Frage nach der Beurteilung des Präsidenten ist da charakteristisch: "Jelzin - der hat mir mein Auto weggenommen.") Und selbst Autobesitzer, die es unter den Befragten gab, erklärten, daß sie sich derzeit den Treibstoff nicht leisten könnten. Es gibt daher praktisch keine Interviewer, die mit dem Auto fahren. Die meisten sind auf den öffentlichen Verkehr angewiesen. Bahn und Bus sind aber wesentlich langsamer als im Westen. Die Verhältnisse sind dabei schlechter geworden. Die öffentlichen Verkehrsmittel leiden oft unter Pannen. Es ist daher praktisch ausgeschlossen, Sample-Points in größerer Entfernung von Interviewer-Wohnorten auszugeben - und die Interviewerstäbe sind in den größeren Städten konzentriert. Hier liegt eine beachtliche Schwäche der Umfrageforschung in Rußland.

Die geringere Mobilität der Interviewer legt es den Umfrage-Organisatoren und ihren Gebietsleitern auch nahe, in einem Zielgebiet (Sample-Point) eher mehr Interviews machen zu lassen. Das beeinträchtigt ebenfalls die weitere Streuung der Stichprobe. Es kommt in Rußland sicher weit häufiger als im Westen vor, daß ein Interviewer eine ganze Reihe von Wohnort-Interviews mit Beschäftigten aus demselben (vielleicht ortsbeherrschendem) Unternehmen macht - was ein verstärktes "Clustering" durch die gleichartige Lebenslage zur Folge hat. Auch hatte ich den Eindruck, daß die Sample-Points vielfach sehr vage und zu großzügig definiert sind, so daß den Interviewern die Stichproben-Gestaltung innerhalb des Quotenplans weitgehend überlassen wird. Selbst bei Berücksichtigung der größeren Homogenität der russischen Gesellschaft bleiben ernstliche Zweifel an der Repräsentativität russischer Umfragen bestehen. Insgesamt erscheint es daher ratsam, Hochrechnungen aus russischen Stichproben auf die Gesamtheit des Staatsgebietes eher mit größerer Vorsicht vorzunehmen bzw. zu betrachten.

Die Analyse nach sozialer Schichtung oder auf innere Zusammenhänge hin (Korrelations- und Cluster-Analyse) kann hingegen aus russischen Umfragen sogar schlüssiger möglich sein (insofern die Befragungsqualität selbst stimmt) als aus westlichen Daten.

Die soziale Erfassungsquote der Interviews dürfte nämlich in Rußland, beim Vergleich auf der Ebene der Quotenstichproben, überdurchschnittlich günstig sein. Es gibt natürlich auch in Rußland eine Oberschicht, die für Interviews schwer anzusprechen ist, doch dürfte sie wesentlich kleiner sein. Die Majorität der besser Gebildeten, Hochschulabsolventen, höheren Angestellten läßt sich in Rußland recht willig auf eine Befragung ein - sichtlich leichter, als das im Westen der Fall ist. Die Berufsbelastung und die soziale Distanz dürften geringer sein. Und die Interviewer, selbst der Bildungsschicht zugehörig, können hier meist in einem gemeinsamen Wertesystem argumentieren.

Die stärker egalitäre soziale Schichtung erleichtert auch den Zugang zu den unteren sozialen Schichten. Dieser Vorteil mag in nächster Zeit verlorengehen; die Marktwirtschaft bringt oben wie unten soziale Gruppen hervor, die größeren Wert auf ihre "Privatheit" legen. Doch das geht nicht so schnell. Es wächst etwa der Anteil der bindungslosen und heimatlosen Verarmten nicht so rasch, wie die allgemeine Verarmung vermuten ließe, solange die Grundversorgung erhalten und die Arbeitslosigkeit durch Teilzeitarbeit und Frühpensionierung "verdeckt" bleibt.

Auch die psychologisch begründeten Verweigerungen und Ausfälle sind in Rußland eher etwas geringer als im Westen. Vor allem scheint die soziale Scheu, sich vor den besser gebildeten Interviewern zu blamieren, geringer zu sein in einer Gesellschaft, die nun ein Lebensalter lang auch dem kleinen Mann verbal Gleichheit gepredigt hat. Auch Ängstlichkeit vor Wissenschaft und Obrigkeit dürfte hier weniger zur Verweigerung des Interviews führen als im Westen - man weicht bei den Antworten viel eher ins Unverbindliche aus. Die Sozialisation im autoritären Regime ermutigt eben nicht zur aufrechten Verweigerung, die eher in traditionellen Demokratien verbreitet ist, sondern eher zum Verschweigen oder zum Verdrängen inopportuner Meinungen. Doch das ist dann kein Stichproben-Problem mehr.

2. Interviewerqualität

Der Standard guter Umfragen-Qualität setzt voraus, daß die Interviewer einer mittleren Bildungsqualifikation entsprechen (also gut lesen und in der Hochsprache reden können), für ihre Tätigkeit eingeschult und durch Bezahlung und Kontrollen zu disziplinierter Regelbefolgung motiviert sind - Schulung und eine gewisse Erfahrung in der Feldarbeit verbessern die Interviewerleistung deutlich (*Költringer* 1992). Wichtig ist, daß der Interviewer mit dem Respondenten eine Vertrauensbeziehung herstellen kann, ohne verzerrende Einflüsse auszuüben - eine gewisse sachliche Distanz ist dazu mit menschlichem Rapport zu kombinieren. Das gelingt dort schwerer, wo die soziale Distanz zwischen Befrager und Befragtem groß ist. Für westliche Umfrageorganisationen stellt das einige Probleme. Im heutigen Rußland stehen, was Qualifikation und Engagement betrifft, im allgemeinen eher bessere Interviewer zur Verfügung als im Westen. Die Bildungsschicht hat in Einkommen und Prestige einen solchen Verlust erlitten, daß für Studien mit adäquater Finanzierung mehr als genug Personen (vor allem auch Frauen) mit höherer Schulbildung froh sind, einen Zusatzverdienst zu finden. Die Gebietsleiter können unschwer eifrige Soziologinnen, Psychologinnen, aber auch Ingenieure und Lehrpersonal - beiderlei Geschlechts - anwerben, um Honorare, die in der Größenordnung von ein bis zwei Dollar pro Interview liegen. Bei meinen Beobachtungen war ich von der Intelligenz und Gewissenhaftigkeit der Interviewer positiv beeindruckt. Allerdings fehlt es öfter an der Einschulung und an Routine. Das hängt wiederum von den einzelnen "Gebietsleitern" ab. Bei den großen Entfernungen von Moskau sind diese lokalen "Kleinunternehmer" sehr frei und auf sich gestellt bei der Auswahl und der Einschulung ihrer Mitarbeiter. Insofern die Fragestellungen gewohnten Routinen

folgen und keiner besonderen Instruktion bedürfen, schadet das wenig. Doch ist davor zu warnen, in Rußland komplizierte Befragungsverfahren (wie Paarvergleiche, "Kartenspiele", numerische Skalierungen, mehrfache "Verzweigungen" und Sprünge in der Fragenführung) anzuwenden. Schwer einzuschätzen ist aus einer so begrenzten Beobachtung, wie ich sie unternommen habe, inwieweit der soziale und kulturelle Unterschied zwischen Interviewern und Befragten (Interviewer-Bias) die Ergebnisse verzerrt. Die westliche Umfrageforschung begegnet dieser Beeinflussung der Antworten durch (meist unbewußtes, zuweilen aber auch "geheucheltes") Eingehen des Respondenten auf die Erwartungen des Interviewers, indem sie auch die sozialen Charakteristiken der Interviewerstäbe möglichst gestreut hält, also dem Stichprobenprinzip folgt und es tunlichst vermeidet, etwa nur Studenten einzusetzen. Eine eher mittlere soziale Lage der Interviewer ergibt sich im Westen schon durch die (marktmäßig erzwungene) bescheidene Honorierung des Befragens.

An sich wäre daher in Rußland mit einem stärkeren Bildungsgefälle in der Interview-Situation zu rechnen. Doch sind zwei Gründe anzuführen, die diese soziale Distanz zwischen Befragem und Befragten entscheidend mildern.

Erstens ist die soziale Ungleichheit im heutigen Rußland - wenn man von der winzigen Gruppe der Neureichen und Immer-noch-Mächtigen absieht - doch wesentlich geringer als in den meisten westlichen Ländern. Einiges an Egalität in Lebensstil und materiellen Verhältnissen haben Kommunismus und Wirtschafts-Stillstand der letzten Jahrzehnte produziert, einiges mehr ist nun durch die Verarmung der Mittelschichten dazugekommen.

Der zweite Grund ist aber auch sehr bedeutsam. Die russische Sprache (übrigens auch allgemein gebräuchliche Verkehrssprache der ethnischen Minderheiten) weist wenig Differenzierungen nach Regionen und Subkulturen auf, hat nur in Spuren richtige Dialekte und auch viel weniger "Soziolekte" als etwa Deutsch oder gar Englisch. Es gab keine sprachliche Kluft zwischen der jungen Soziologin und der Sowchos-Stallarbeiterin im Interview und im Privatgespräch nach dem Interview - solange die Fragen und Themen im Erfahrungsbereich beider blieben.

Auch die Verweigerungsrate ist eher geringer als im Westen. Ich habe mich zuweilen gewundert, wie "widerstandslos" sich etwa verbitterte Arbeitslose, "gestürzte" Kommunisten oder Frauen mit "lästigen" Kindern interviewen ließen. Eine höher qualifizierte Beamtin ließ sich bei Minusgraden (zu Ostern endete gerade erst der Winter) im Freien geduldig und kooperativ dreiviertel Stunden lang befragen, - mich fror jämmerlich. Dazu kommt noch, insbesondere auf dem Land, eine Tradition der Gastfreundschaft, die dem Interviewer den Eintritt erleichtert - freilich aber auch zu Interviewsituationen führt, die der Konzentration wenig förderlich sind. In den kleinen Wohnungen war es oft sehr schwer, den Störungen durch die Mitbewohner auszuweichen.

Aber das Abbrechen eines Interviews kommt selten vor, weil das Lebenstempo noch langsam ist. Und es wurde auch zuweilen deutlich, daß die geschrumpfte Produktion in großen Betrieben den Mitarbeitern viel mehr Freizeit läßt, freilich auch oft am Monatsbeginn nicht einmal mehr Lohnzahlungen erbringt. Insgesamt trifft der Interviewer in Rußland sicher auf mehr Kooperationsbereitschaft als in den hoch entwickelten westlichen Gesellschaften. Mir schien, daß man viel eher einer unangenehmen Frage durch Herumreden oder Schweigen ausweicht, als sich dem "wissenschaftlichen" Interview zu entziehen. Da mag auch eine Sozialisation zu Gehorsam und Fügsamkeit noch mitspielen.

Meine Schlußfolgerung: Interviewer und Respondenten gewährleisten in Rußland mindestens eine genau so gute, wahrscheinlich aber sogar bessere Interviewqualität als im westlichen Durchschnitt - insofern die geschulten Soziologen und deren Mitarbeiter-Stäbe bei motivierender Honorierung eingesetzt werden. Das ist nicht ganz so überraschend, da sehr wohl bekannt ist, daß mit der Modernisierung und dem wachsenden Wohlstand im Westen die Umfrageforschung an sinkender Teilnahmebereitschaft und gravierender werdendem Interviewer-Bias leidet. In den reichsten und am höchsten entwickelten Gesellschaften (wie etwa in Skandinavien) haben die Methodiker am meisten Sorgen und wenden sich immer mehr innovativen Verfahren zu, die hier einen Ausweg suchen (wie computergestützten, über längere Perioden fortgesetzten Beobachtungs- und Befragungsmethoden).

3. Meßqualität

Meßqualität bezieht sich, genau genommen, auf ein spezifisches Meßinstrument, also eine einzelne Frage, einen Test, eine Skala, gegebenenfalls auf eine zusammengehörige "Batterie" von Fragen (nie auf einen ganzen Fragebogen) - und das immer im Bezug auf eine Befragungs-Zielgruppe, die nun aber oft die gesamte Erwachsenenbevölkerung (oder die Wahlberechtigten) eines Landes umfassen kann. Es sei dabei auf die üblicherweise unterschiedenen Qualitätskriterien eingegangen:

- inhaltliche Qualität (Gültigkeit, Validität) - wie gut erfaßt die Frage das, was sie erfassen (messen) soll, ist sie verständlich, evoziert sie unverzerrte (was meistens, aber nicht immer heißt: ehrliche) Angaben?
- Skalierungsqualität ("Response Set", Skalen-Eigenschaften, Homogenität) - wie gut bilden die Fragen die Unterschiede in der Intensität von Einstellungen und Werten, in der Häufigkeit von Erlebnissen und Verhaltensweisen ab, und das über die ganze interessierende Reichweite des Phänomens und bei unterschiedlichen Charakteren und "Subkulturen"?
- Verlässlichkeit (Reliabilität, Stabilität) - wie gut vermeidet die Fragestellung Irrtümer, schwankende Auslegungen, flüchtige Zufallsantworten, kurz: wie gut kann man sich darauf verlassen, daß dieselbe Person auf dieselbe Frage wieder dieselbe Antwort gibt?

Testpsychologie und Umfrageforschung haben ein reiches Sortiment von Verfahren entwickelt, die Meßqualität zu prüfen. Meist ist das recht aufwendig - und auch im Westen werden nur wenige Studien solcher kritischer Betrachtung unterworfen. Doch haben sich im Laufe der Jahre Repertoires an "geeichten" Fragen angesammelt. Und erfahrene Umfrageforscher entwickeln auch eine intuitive Fähigkeit, die Meßqualität von Fragen einzuschätzen und bei Neuformulierung von Fragen schwere Fehler zu vermeiden. Letzteres gilt auch für Rußland. Das berufspraktische Geschick der Moskauer Soziologen, die ich als Organisatoren von Umfrageforschung kennengelernt habe, steht dem ihrer Kollegen im Westen nicht nach. Allerdings fehlt ihnen in vielen Bereichen, insbesondere auch in der politologischen Forschung, noch Erfahrung - das heißt, es stehen ihnen noch nicht so viele erprobte Fragestellungen und Tests zur Verfügung. Das bloße Übernehmen von Fragen und ganzen Fragebogen aus dem Westen birgt aber beträchtliche Risiken. Davon konnte ich mich überzeugen, sowohl direkt durch Beobachtung wie bei der Analyse der 3500 russischen Interviews am Computer.

Das kann ganz grobe inhaltliche Unverständlichkeiten betreffen. So können russische Respondenten, die noch völlig einem kommunistischen Denkmuster verhaftet sind, Fragen über und um die "Reform" oder den "Übergang zur Demokratie" nicht verstehen - für sie ist das, was jetzt in Rußland geschieht, keine Reform, sondern einfach ein Zusammenbruch, eine chaotische Situation. Es rettet dann noch die Meßqualität der Frage, wenn wenigstens die ehrliche Aussage "Da tue ich mich schwer zu antworten" zum Ausweichen vorgesehen ist, statt eine "Zufallsantwort" zu erzwingen - wodurch dann wenigstens sichtbar wird, welche Gruppen der Bevölkerung dem Ideenkomplex nicht folgen können.

Auch fällt es offenbar den meisten schwer, sich genauer zu Parteien zu äußern, die man nur über das Fernsehen vorgestellt bekommen hat und denen man wenig traut. Wahlfragen der üblichen Art werden da sehr zweifelhaft. Und die Forderung nach einem starken Mann ist da mit dem Wunsch nach mehr Demokratie und parlamentarischer Vertretung durchaus vereinbar - auch wenn der Fragebogen hier eine Entscheidung fordert.

Ein anderes Problem war etwa: bei der Frage nach den Konsumeinschränkungen war nicht vorgesehen, daß jemand wesentliche Konsumgüter, aber auch eine Zeitung auch schon "vorher" nicht gekauft hatte. Und die Vorstellung, daß die Staatsmacht einen nicht ohne gesetzliche Grundlagen verhaften dürfe, ist offenbar auch heute noch in Rußland vielen Leuten fremd. Die russische Gesellschaft und Kultur, die ja noch nie Demokratie und Marktwirtschaft nach westlichem Muster gekannt haben, unterscheiden sich in vielen Vorstellungen und Ideen so stark von den Schablonen westlicher Umfrageforschung, daß ein ungeprüfter Transfer von Fragestellungen auf jeden Fall bedenklich erscheint. Der inhaltlichen Validierung der Fragestellungen, mit russischen Experten und der Analyse von Pretests, kommt bei so großer kultureller Distanz größte Bedeutung zu. (Im gegenständlichen

Projekt wurde für beides vorgesorgt - und dennoch blieben noch einige Schwächen in der Meßqualität).

In gewissem Maß gilt das auch für die Skalierungen. Die Russen sind ein lebhaftes Volk, im Verbalen zu leidenschaftlichen Emphasen wie zu zärtlichen Verkleinerungsformen neigend. Die reale Gefühlsintensität in Wortabstufungen zu erfassen und gleichzeitig die erstaunliche Geduld der Russen in Widerwärtigkeiten zu "messen", erfordert intensive Befassung mit den sprachlichen Ausdrucksformen des Russischen und mit der Meßqualität der Fragen. So scheint die verbale Etikettierung "völlig einverstanden" und "im wesentlichen einverstanden" in der russischen Übersetzung ("polnostju soglasen" und "w osnovnom soglasen") eine verschiedene Skalierung repräsentiert zu haben - vielleicht weil das Prinzipiell-Fundamentalistische im Wort "osnowa" (Wesen, Grundlage) stärker anklingt und damit die "wesentliche" Wichtigkeit ein höheres Gewicht erlangt, offenbar ganz nahe oder sogar über der "völligen" Wichtigkeit. Das mag auch mit der Sozialisation in einer ideologischen Sprachanwendung zu tun haben. Damit gerät man tief in die Semiotik und Sprachphilosophie. Dem sozialwissenschaftlichen Meßtechniker fällt aber eben nur in der Analyse der Verteilungen und Korrelationen auf, daß offenbar die Skaleneigenschaften unterschiedlich sind.

Linguistische Tüftler könnten aus solchen Skalenvergleichen vielleicht manche subtile Denkmuster entlarven. Das mag man als esoterische Spielerei abtun. Die pragmatische Umfrageforschung setzt sich aber über diese Bedeutungs differenzen vielleicht zu leicht hinweg. In ernstzunehmenden politologischen Studien sollte man auf eine sorgfältige Kalibrierung von zentralen Fragen und Skalen (mit mehrmaligem Hin- und Zurückübersetzen als Prüfungsverfahren) nicht verzichten. Es ist ja keine bloß akademische Frage, wie lange die Geduld von 150 Millionen Menschen reicht.

Doch gibt es in der derzeitigen russischen Kultur und Gesellschaft kein prinzipielles Hindernis für die Umfrage-Methodik, wie das in manchen verschlosseneren, auf die Wahrung des eigenen "Gesichts" bedachten Kulturen der Fall sein mag. Die Kommunikationsbereitschaft ist da. Und Russisch ist eine nuancenreiche Sprache, die fein abgestufte Skalierungen durchaus erlaubt, ja begünstigt. Man muß nur vielfach erst die passenden Fragen und Tests anpassen und entwickeln und deren Qualität mit statistischen Methoden prüfen. Konsultation russischer Experten ist auf jeden Fall nötig, wenn neue Themen mit neuen Fragestellungen bearbeitet werden.

4. Fazit

Insgesamt ergibt sich ein deutliches Qualitätsprofil:

Höchste Stichprobenqualität ist in Rußland wegen der schwierigeren Verhältnisse derzeit noch nicht zu erreichen.

Die Interviewer sind sehr gut, und die Zielpersonen lassen sich besser befragen als im Westen.

Die Meßqualität ist bei Umfragen in Rußland nur bei solchen Fragen schlechter, wo auf die Eigenarten von Kultur und Sprache zu wenig eingegangen wird - vor dem einfachen übertragen westlicher Fragestellungen ist im politologischen Themenbereich zu warnen.

Literatur

Gehmacher, Ernst; Blecha, Karl, 1994:

Politische Umfragen in Rußland - Erfahrungsbericht einer methodologischen Exkursion; in Zukunft, Juni /6/Seite 35

Gehmacher, Ernst; Bleche, Karl, 1994:

Politische Umfragen in Rußland - Erfahrungsbericht einer methodologischen Exkursion; in SWS-Rundschau/Heft 3, Seite 273

Gehmacher, Ernst, 1994:

Politische Umfragen in Rußland; in SWS-Rundschau/Heft 3, Seite 285

Feistritzer, Gert; Gehmacher, Ernst; Ogris, Günther:

Life Satisfaction in Eastern Europa, Soziologenkongreß Bielefeld 18.-22.7.1994

Gehmacher, Ernst:

Erwarte das Schlimmste und freue dich darauf, ORAC 1994

Gehmacher, Ernst; Költringer, Richard; Klucsarits, Willibald, 1989:

Response-Set-Meßinstrumente: Zur Kontrolle systematischer Meßfehler in der Umfrageforschung, ÖZS/Heft 4/Seite 34

Költringer, Richard, 1991:

Dimensionen des Interviewerverhaltens, WISDOM, Jahrgang 5, Heft 3/4

Költringer, Richard, 1992:

Die Interviewer in der Markt- und Meinungsforschung, in Empirische Marketingforschung, Band 10, Service, Fachverlag an der WU Wien